

Turismo e Cultura.

Rotas no Atlântico

Pedro Pereira Leite*

Arremessada para o centro do mundo moderno pelas naus dos cavaleiros da Ordem de Cristo, emblema que orgulhosamente ainda ostenta no centro da bandeira regional, a Madeira constitui um dos mais interessantes casos da colonização portuguesa no Atlântico. Laboratório das mais diversas experiências, do povoamento à adaptação de espécies vegetais e animais, de uma economia de transporte às monoculturas de exportação, a Madeira e o Porto Santo constituem memórias vivas duma identidade que germinou no encontro de diversas culturas, no diálogo com diversas gentes e onde se consolidou uma identidade que se expressa de múltiplas formas.

Um roteiro da busca dessas memórias e dos percursos e modos de expressão que poderá trilhar na modernidade através do seu património e dos seus museus é a proposta que se apresenta.

A exploração da oferta cultural no âmbito dos modernos destinos turísticos tem-se afirmado como um poderoso factor de diferenciação num mercado cada vez mais concorrente, exigente e ambicioso. A relação entre a proximidade da componente cultural de um destino e sua população turística torna-se assim uma componente da oferta turística a explorar e desenvolver, com o objectivo de garantir não só existência de importantes factores de atracção, como também o de proporcionar o desenvolvimento de novas motivações susceptíveis de alcançarem mercados cada vez mais especializados.

O posicionamento da Madeira enquanto destino turístico, no âmbito da oferta de produtos culturais,

não obstante a sua riqueza patrimonial, expressa por um conjunto de elementos que evidenciam a sua complexa história no cruzamento das rotas do Atlântico, apresenta ainda diversas fragilidades que têm vindo a obstar ao pleno aproveitamento da riqueza cultural que contém.

A história da Madeira é marcada pela sua condição atlântica. Durante centenas de anos, a Madeira relacionava-se com o mundo através do Mar. Porto de abrigo das rotas atlânticas, nela entravam e saíam pessoas e bens, que ao longo dos tempos foram deixando as suas marcas nas gentes, na paisagem e na memória. Mas a Madeira foi também, ao longo dos anos, um campo de produção que se afirmou na economia mundo pela especialização e pela diferenciação. Num primeiro tempo, afirma-se pelo açúcar, depois pelo vinho, e nos tempos mais recentes pelo turismo. Estes três ciclos de especialização da Madeira constituem marcas fortíssimas da sua cultura, que hoje podem e devem constituir elementos de formação de atracções turísticas.

Nos seus dois primeiros ciclos, a Madeira afirmou a sua especificidade pelo desenvolvimento da qualidade. À fragilidade e escassez territorial, soube, através do engenho e dedicação dos seus habitantes, impor-se através da qualidade. Rasgou e moldou a pedregosa montanha através da construção de poios que retinham as terras férteis para agricultar. Construiu levadas que puxavam as águas dos altaneiros picos para alimentar os campos agrícolas. Tudo isto construído num descomunal esforço de gerações de luta contra as adversidades da natureza.

* Consultor, Bruno Soares Arquitecto, Lda.

Da terra, saía o açúcar e o vinho que afluíam ao Funchal, alimentando uma economia de exportação que cada vez mais diferenciava o burgo como cidade cosmopolita e de comércio. Com a economia de exportação aumentava também a dualidade social. Dum lado, os senhores dos engenhos e do comércio do vinho, do outro, os «vilãos», que produziam e transportavam a riqueza para a cidade.

O ciclo do turismo, enquanto vector económico de desenvolvimento da ilha, envolve no uso do território importantes alterações que o diferenciam dos ciclos anteriores. O turismo enquanto actividade de especialização implica o uso do território. Desse modo, ao invés dos ciclos do açúcar e do vinho, cuja produção se realizava no território e o seu consumo noutro território, o acto de produção e do consumo do serviço turístico realiza-se por inteiro no próprio território. O produto vendido pelo serviço turístico começa por ser uma mensagem dum determinado tempo num determinado local, idealizado para satisfação duma determinada necessidade. Com a venda do produto, desenvolve-se o uso de um espaço e de um tempo dum determinado território.

Normalmente o tempo e o espaço do serviço turístico é um tempo de lazer ou férias, enquadrado por um meio de alojamento, complementado com um conjunto de produtos de animação que ocupam o turista. São passeios e visitas guiadas ou não, observação de paisagem, meios de animação cultural, desportiva, enfim, todo o conjunto de actividades, organizadas ou não, que podem ocupar o tempo e satisfazer o turista.

No caso da Madeira, em que o produto turístico dominante é constituído por uma oferta de alojamento de qualidade, completado por um conjunto de atracções cuja base de sustentação é constituída pela riqueza da paisagem, pelo consumo da cidade do Funchal, enquanto local de realização de eventos gastronómicos e folclóricos, e por uma oferta de um conjunto de atracções, limitadas, de natureza ou de cultura, os modos de consumo do território assumem particular relevância.

Para análise dos elementos de atracção da Madeira, procedeu-se a uma comparação com os elementos de atracção publicados nos roteiros de viajantes. Usamos para este caso o *Guia Michelin*, relativo a quatro destinos. O guia turístico é uma

publicação temática, organizada em função das necessidades dos visitantes. Nele podem encontrar-se um conjunto de indicações úteis para o quotidiano turístico, o que engloba locais de alojamentos, de restauração, lojas, locais de atracção, informações úteis e sugestões de roteiros, em função da disponibilidade e qualidade percebida dos locais. A maioria deles contém também uma introdução à história e cultura de um país ou região.

Editados por empresas especializadas, elaborados por técnicos treinados na observação dos vários destinos, os guias turísticos encontram-se disponíveis nas livrarias dos países de origem dos turistas ou nos locais de apoio turístico. Podem ser adquiridos antes ou depois da decisão da deslocação, ou já durante a viagem.

A padronização e a condensação da informação tornam o guia turístico um elemento de apoio ao turista, quer em percursos individuais quer em percursos de grupo, como complemento das informações dos operadores turísticos, permitindo a construção de percursos e visitas personalizadas.

Na caso da análise do potencial de atracções turísticas da Madeira, o uso da informação dos guias permite comparar a Madeira com os principais destinos concorrentes, permitindo fazer sobressair a especificidade de cada território. Esta comparação torna-se possível pela padronização da classificação dos locais, pontos e recursos de interesse, comuns a todos os guias. Por sua vez, na maioria dos casos, essa classificação é graduada em função da riqueza percebida pelo ponto.

No caso da avaliação dos produtos de atracção turística da Madeira, a sua análise a partir desta grelha permite realçar a sua especificidade em relação aos outros. Na elaboração das comparações foram usados, para além do destino Madeira, os destinos Canárias, Baleares e Açores. O critério de selecção passou por um processo de aproximação do destino por semelhança. Foram por isso seleccionados um conjunto de destinos com características semelhantes à Madeira. Todos estes destinos são locais insulares, com uma identidade cultural europeia, com um clima de tipo mediterrâneo ou semitropical.

A condição insular corresponde a uma determinada formação do produto, onde, para que o acto turístico seja possível, implica quase sempre uma

deslocação por avião ou barco, excluindo-se portanto, grosso modo, as deslocações de caravanas ou em transporte auto individual.

O facto de ser destino europeu implica a possibilidade de uma viagem de curta/média duração a partir de qualquer centro emissor, sem necessidade de grandes procedimentos administrativos, uma proximidade cultural e conhecimento das regras de mercado. A circulação no interior da Europa, ou no espaço associado, é, actualmente, bastante fluida. Esta circunstância permite a escolha da Madeira, tal como dos destinos concorrentes, em viagens de curta, média duração, isolada ou em complemento com outros produtos territoriais.

As condições climáticas permitem a formação dum produto fortemente baseado no usufruto da natureza em períodos alargados do tempo anual. Estas ilhas constituem também locais de raiz cultural mediterrânica, com fortes implicações na cultura, arquitectura, gastronomia, etc.

No *Guia Michelin* a Região da Madeira é apresentada como um local de forte beleza natural, com um clima ameno que possibilita o usufruto de percursos naturais. A profusão e a exuberância das flores é igualmente um bom motivo de visita. Na Região existem também importantes factores de atracção em torno de actividades náuticas, sendo de especial realce a Pesca de Alto Mar e o Mergulho. O golfe é também referido como um factor de interesse. A praia de Porto Santo é outra atracção para quem procura esse produto, considerada como tendo um clima ameno, sendo realçada a inexistência de outras praias na Ilha da Madeira. Nas ilhas Desertas e Selvagens não são referenciados factores de atracção turística.

Como factores de atracção secundários, verifica-se na Região a existência de actividades artesanais e culturais, tais como os bordados, os vinhos, a gastronomia ou a arte religiosa.

A existência duma marca da História no território da Madeira, que justifica a sua visita, é referido sem grande detalhe, assim como a existência do Parque Natural da Madeira, com a floresta da Laurissilva.

Por sua vez as Canárias são descritas no *Guia Michelin* como um território que merece a deslocação por um produto baseado no clima, na natureza e na paisagem. Dentro das actividades que

existem no território e que merecem destaque, individualizam-se os desportos náuticos, a animação nocturna, bem como a referência aos percursos de natureza.

Como elementos secundários são referidos os locais de animação para crianças, o património cultural, os elementos da natureza tais como vulcões, observação de pássaros, o artesanato e a gastronomia.

Os Açores são uma outra Região atlântica, em que algumas das suas ilhas, no *Guia Michelin*, são classificadas com interesse para visita. Salvaguardando as questões climáticas, bastante mais atlânticas do que os casos anteriores, com uma temperatura mais baixa e maior pluviosidade, possui também uma paisagem natural, com cidades e vilas históricas de interesse monumental. A sua cultura, com fortes marcas agrícolas, é também apresentada como cartaz de atracção turística.

As Ilhas Baleares, se bem que de características essencialmente mediterrâneas, apresentam uma forte influência da cultura catalã e valenciana, apresentando traços de ligação ao mundo atlântico. Os seus principais factores de atracção, para além dos produtos sol e praias, são essencialmente constituídos pelos percursos ao longo das costas das ilhas, pela cultura e património construído e pela animação nocturna.

Para efeitos de comparação, analisaram-se o número e a classificação das ocorrências dos factores de atracção. Nos guias Michelin, os factores de atracção são padronizados em estrelas, classificados por ordem de interesse de uma a três estrelas, sendo a escala mais baixa referenciada «interessante» (1 estrela) e a escala mais elevada como «merece a viagem» (3 estrelas).

A análise destes quatro destinos turísticos, em função do número de ocorrências de elementos de

Quadro I – Factores de Atracção de Quatro Destinos

Nº *	Madeira	Baleares	Canárias	Açores
Merece a Viagem ***	2	7	10	7
Merece um Desvio **	12	10	21	29
Interessante *	26	27	43	29
Total de ocorrências	40	44	74	65

Fonte: Guias Michelin

atracção e a respectiva classificação é fornecida pelo Quadro I.

Como se pode verificar pela leitura deste quadro a região da Madeira é de entre as quatro ilhas aquela que apresenta o menor número de elementos de atracção. Por sua vez, também entre os elementos de maior capacidade de atracção (3 *), é aquela onde se verifica o menor número de ocorrências, com um universo de apenas dois locais (o território da Ilha e o Pico Ruivo).

Para a análise das ocorrências por tipos de interesse, classificámos os elementos referenciados em quatro categorias. Os pontos de interesse «Paisagem Natural», que engloba os locais a visitar relativos ao espaço natural, miradouros, parques naturais. A categoria «Paisagem Humanizada», refere-se aos núcleos urbanos, áreas territoriais, de algum modo formadas pelos homens nas suas actividades económicas. A categoria «Museus e Património Construído» refere-se a essa tipologia de equipamentos culturais ou de interesse patrimonial relevante. Finalmente, a categoria «percurso», para as rotas aconselhadas, quer em viatura quer utilizando percursos pedestres.

Relativizando os dados, isto é, reduzindo o número de ocorrência a 100 %, através do Gráfico 1 obtivemos o perfil comparado da Oferta.

Como se pode verificar, na Madeira, tal como nas Canárias e nos Açores, a maioria dos produtos de atracção são do tipo «paisagem natural». Isto é, um tipo de recursos que existe para além da intervenção humana. Os recursos que podem ser moldados para a oferta turística quer por constituírem

herança cultural ou urbanística quer por corresponderem à abertura de rotas ou percursos, têm, nestes três casos, uma expressão pouco significativa. Pelo contrário, nas Baleares, a distribuição das quatro categorias de atracção é mais equilibrada, o que resulta fundamentalmente de uma modelização da respectiva oferta de produtos de atracção turística.

Em suma, da análise efectuada verifica-se que o posicionamento da Madeira em relação a estes três destinos turísticos apresenta uma componente de atracção baseada na sua oferta de «paisagem natural». Para além dessa circunstância, na Madeira verifica-se também um menor número de locais de atracção do que nos outros territórios, o que denuncia, do ponto de vista da análise da animação turística, uma certa deficiência na formatação de produtos turísticos e da oferta complementar.

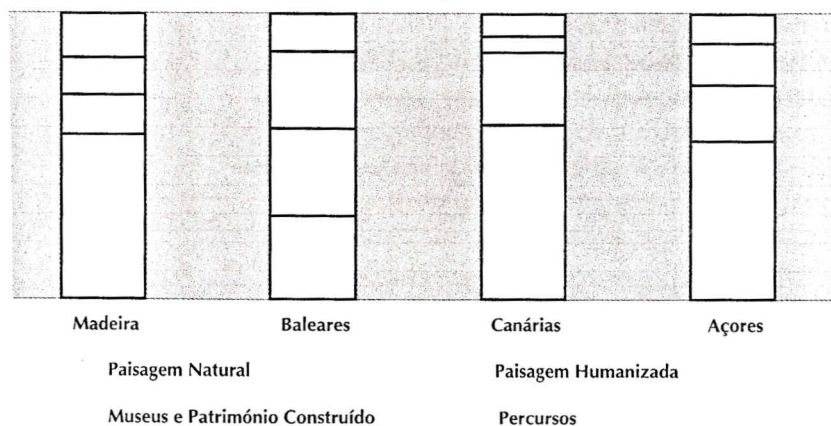
Importa pois tentar resolver este paradoxo entre a existência dum destino turístico de qualidade e a ausência de produtos turísticos para consumo relativos ao seu território, à sua cultura e aos seus núcleos de povoamento, acompanhado de uma escassa variedade de rotas e percursos.

*

A formação dos produtos turísticos de natureza cultural e patrimonial é desenvolvida a partir dos elementos históricos e culturais existentes no território. No entanto, o consumo turístico destes produtos implica a sua formação e preparação para um uso específico ajustado às necessidades das populações turísticas. O uso turístico deste tipo de produtos desenvolve-se sobretudo a partir do uso dos elementos patrimoniais e dos equipamentos museológicos e do calendário de eventos.

No campo de Património Classificado enquadra-se um conjunto de edifícios classificados dum determinado local. O património é hoje uma ideia aglutinadora das memórias do passado projectadas no nosso presente. Se, por um lado, os elementos patrimoniais tendem a constituir um núcleo bem identificado de construções ou de um conjunto de elementos significativos, de natureza urbana, paisagística ou natural, protegidos por um instrumento legal, regulador das actividades permissíveis e permitidas em função dum valor percebido. Por outro lado, porém, o Património é ele próprio uma expressão dum compromisso, actual, em relação

Gráfico 1 – Perfil Comparado da Oferta



Fonte: elaboração própria a partir dos guias turísticos Michelin

aos elementos significativos das nossas memórias colectivas, isto é, um conjunto de ideias sobre nós e sobre a nossa trajectória na história que manifestamos o desejo de perpetuar, assumindo com essa consciência um desejo de sobre elas reconstruir novas memórias.

A memória, enquanto exercício explicativo e legitimador da relação com o espaço e com o tempo, realiza-se em objectos significantes. Desse modo, determinados objectos ganham um carácter específico, que transcendem a sua essência material, para se transformarem em parcelas simbólicas dum tempo que se perpetua.

A memória torna-se então num instrumento que exprime o compromisso da comunidade perante os elementos considerados significativos pela comunidade em relação à sua própria identidade e a sua intenção de contribuir para a reconstrução das suas memórias colectivas. Em suma, constitui um instrumento de produção cultural duma comunidade.

O património da Madeira é o reflexo deste movimento na Região. Num primeiro momento, enquanto expressão dum movimento colectivo nacional, depois, com a crescente autonomia, não perdendo esse enquadramento legislativo nacional, ganhando cada vez mais força interpretativa como elemento integrador e explicativo das memórias colectivas da Região.

Constituindo um elemento fundamental para a criação da memória colectiva regional, o elemento patrimonial encontra no entanto no turismo moderno uma importante função de atracção cultural. Se por um lado o património pode ele próprio constituir um elemento de motivação para a visita, por outro lado ele é um importante elemento diferenciador da oferta turística face aos mercados concorrentes, também eles a desenvolver os seus próprios elementos patrimoniais.

Assiste-se hoje em todo o mundo à valorização de todos os indícios patrimoniais significativos, adaptando os usos às actividades turísticas, consolidando as diversas componentes, tornando-os locais de prestação de serviços turísticos e de uso cultural por toda a comunidade residente.

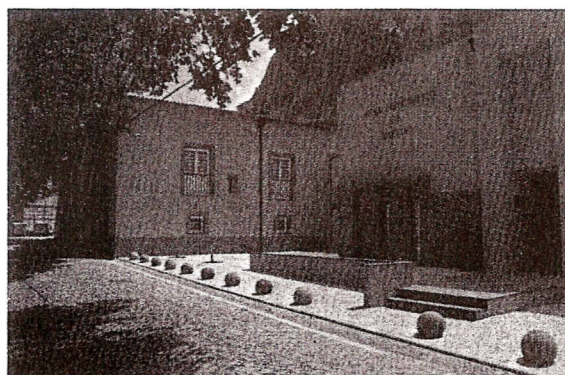
A importância do uso turístico do património pode igualmente introduzir-se ao nível do seu uso importantes elementos de dinamização da conservação. Com efeito, se durante muitos anos a con-

servação do património era olhada com uma visão essencialmente passiva, onde identificado o elemento patrimonial a conservar, se exigia a sua «restauração», por vezes seguida de uma «museolização» do espaço, rapidamente se verificou que a ausência duma visão de uso para públicos-alvo, acompanhada duma escassa intervenção de gestão cultural, introduzia uma forte dinâmica de degradação dos espaços, com uma consequente exigência de novos e avultados investimentos.

Actualmente, no entanto, a visão da gestão do património e dos museus é mais activa e dinâmica. Ao processo de restauração/conservação é adicionada uma perspectiva de valorização de uso, orientada a públicos-alvo seleccionados. De entre estes públicos, a valorização turística e dos serviços ao turista poderá constituir, embora não exclusivamente, um poderoso incentivo para o desenvolvimento de actividades económicas induzidas.

O processo de transferência do património e dum museu de um objecto cultural estático para um objecto cultural dinâmico, indutor dum conjunto de actividades económicas, transforma esse objecto num factor de diferenciação do local, permitindo que todos os agentes se mostrem interessados em contribuir para a constante conservação do bem.

Por outro lado ainda, tem vindo a ser desenvolvida na Europa a ideia de que o usufruto do espaço deverá contribuir para a sua conservação, sendo que a sua visita e presença é o principal modo de expressão desse compromisso. Neste sentido, a busca de novas soluções para tornar agradável e atraente as condições de visita torna-se imperativa



Museu Etnográfico da Ribeira Brava
Uma recuperação patrimonial com um novo uso

para a formação dos roteiros de uso turístico, aumentando o potencial da oferta turística complementar, permitindo o desenvolvimento de um conjunto de serviços turísticos, que de forma directa contribuem para o desenvolvimento económico.

No entanto, a questão do património não pode ser apenas equacionada em função do seu uso turístico, já que em muitos casos o património é usado por uma dada comunidade ou entidade na prática dos seus usos tradicionais. Tal é o caso, por exemplo, do uso turístico dos locais religiosos, cuja função principal é naturalmente o uso pela comunidade residente. São locais onde se torna necessário compatibilizar os usos de forma a evitar conflitos com o seu uso principal.

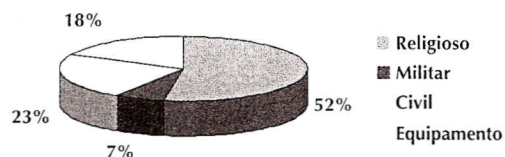
A Região da Madeira dispõe de 122 locais patrimoniais classificados. Na sua totalidade são constituídos por edificações, que se distribuem pelo território.

A leitura do Gráfico 2 evidencia desde logo a cidade do Funchal como o local de maior incidência das ocorrências patrimoniais. A sua função de cidade capital é no passado e no presente um importante elemento de atracção turística.

Se ensaiarmos uma categorização dos elementos patrimoniais verificamos que a maioria do património classificado na Madeira é constituído por equipamento religioso, sobretudo igrejas (52,5%). É um importante elemento que demonstra a forte raiz mediterrânica da Região, ao mesmo tempo que impõe uma reflexão sobre os modos de uso turístico, na medida em que estes equipamentos são utilizados pela comunidade.

As possibilidades de uso destes equipamentos permitem, para muitos deles, encontrar soluções de

Gráfico 3 – Distribuição das tipologias patrimoniais



usos e usufrutos quer para a população residente quer para a população turística.

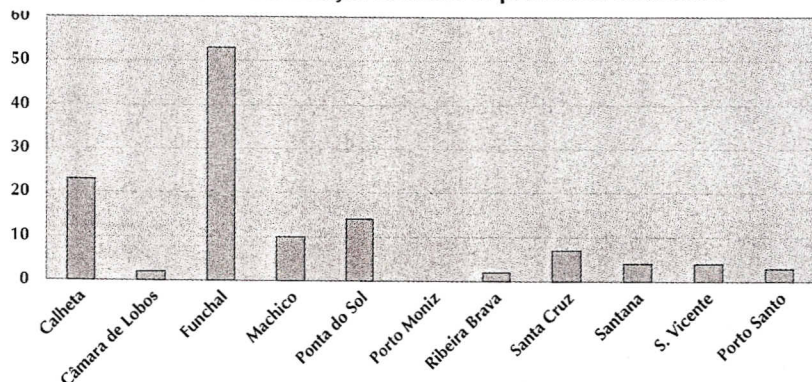
Por exemplo, muitos destes elementos estão hoje aproveitados para a instalação de museus, como é o exemplo dos museus Quinta da Cruzes, Arte Sacra ou de Arte Contemporânea, constituindo por esse motivo locais de intenso uso turístico. No entanto, na Região muitos destes equipamentos não evidenciaram um uso turístico muito intenso. Enquadram-se neste caso equipamentos de uso religioso, não assinalados no tecido urbano, ou construções localizadas fora dos núcleos urbanos.

Na maioria dos casos, contudo, verifica-se a ausência de qualquer equipamento de apoio à permanência do turista para além da observação (restauração, saneamento, informação, sinalização, condições de estacionamento, etc.). A classificação é neste caso um instrumento que permite, dentro de alguns limites, assegurar algumas condições de conservação, mas não é completamente eficaz no desenvolvimento do processo de divulgação, e sobretudo neste caso não está a ser potenciada como recurso para o desenvolvimento.

Se, por si só, a presença do elemento patrimonial não é motivo de visita turística, a sua presença num determinado local poderá ajudar a desenvolver elementos duma oferta complementar. Um exemplo deste tipo de situação é o forte de Porto Moniz, cuja recuperação, em conjunto com o complexo balnear de frente de mar, porto de pesca, restauração, poderá contribuir para valorizar o consumo turístico do núcleo urbano.

Noutros casos ainda será necessário encontrar, em conjunto com as entidades competentes, modos de gestão que articulem o interesse turístico com os usos dominantes. Será este, por exemplo, o caso da Sé do Funchal, local de visita por excelência do Funchal, onde se poderá, em colaboração com a Diocese do Funchal, estudar formas de uso da catedral sem interferência nos serviços religiosos

Gráfico 2 – Distribuição territorial do património classificado



e simultaneamente contribuir para a valorização do espaço.

*

Um outro equipamento cultural merece especial destaque na afirmação da identidade e da memória colectiva e pode ter uma importância fulcral na afirmação da cultura duma região: Os Museus.

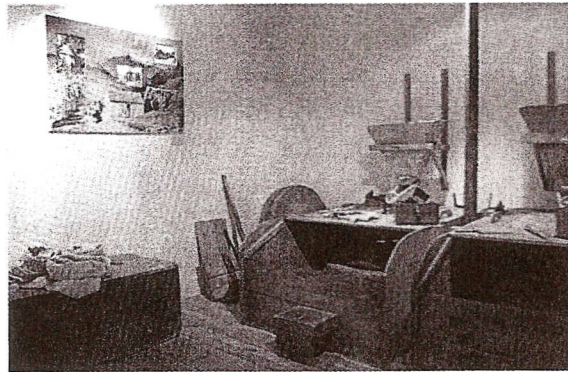
A museologia e a museografia, arte e técnica de concepção e gestão dum Museu, têm registado uma evolução constante ao longo do século XX. São locais onde se pode encontrar afirmação de partes duma memória e duma identidade da cultura duma comunidade. Hoje os museus tornaram-se espaços abertos, desenvolvem projectos para as comunidades onde se inserem e para as comunidades visitantes. Os museus são por excelência os locais de diálogo de cultura.

O Museu, tal como hoje o entendemos, como espaço público de acesso condicionado, mediante uma taxa de uso, contendo em exposição objectos considerados relevantes para a história da cultura, é também uma afirmação do mundo contemporâneo.

Se bem que ao longo de toda a história do ocidente se conheçam locais onde se conservavam objectos de colecção, a concepção moderna de museu desenvolve-se em torno de duas ideias fundamentais e intimamente relacionadas. Por um lado, assegurar a conservação de objectos que, pelo seu valor ou estado de conservação, merecem a cada tempo uma atenção especializada. E, por outro lado, efectuar a divulgação de um conjunto de ideias dominantes, em cada época, consideradas como elementos fundamentais da cultura, de forma a proporcionar o desenvolvimento dos mecanismos de identidade.

Os museus assumem desse modo uma função de espaço de conservação e ao mesmo tempo de divulgação. Pelas características específicas dos objectos, quer pela sua natureza, dimensão, valor e significado quer pelo seu valor, atribuído em cada momento histórico, determina-se o que um Museu deve conter, conservar e divulgar.

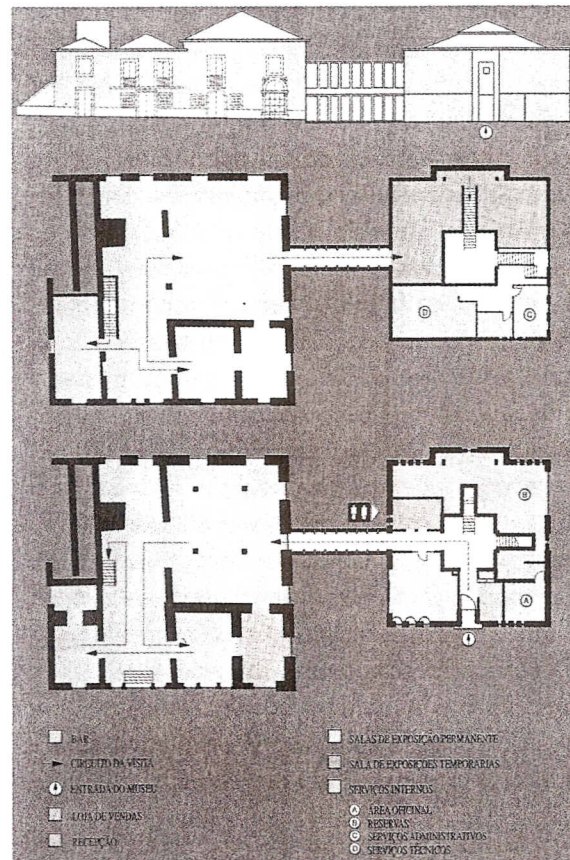
É nesta relação, conservação – divulgação, que o museu se assumiu como espaço sacralizado da cultura dum tempo. Um montra do passado vista a



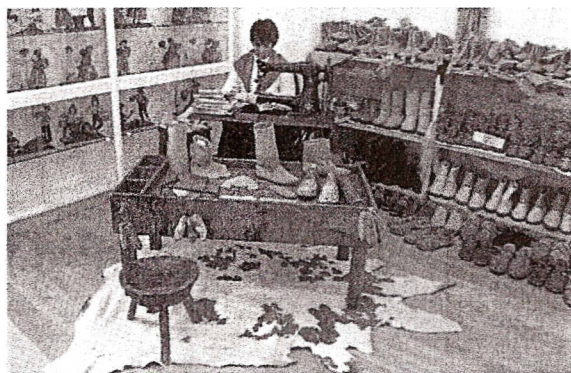
Aspectos da linguagem museográfica

partir dum espelho do presente. Um fragmento do tempo que projecta uma memória do nosso tempo.

O século XX corresponde, grosso modo, à explosão da arte da museografia. O espaço do museu reorganiza-se em função das tecnologias disponíveis e das necessidades dos utentes. Abrem-se à comunidade onde se inserem, dotam-se das mais modernas tecnologias, tornam-se locais de cultura por excelência e transformam-se também em espaços de comércio.



Museu Etnográfico da Ribeira Brava



Museu Etnográfico da Ribeira Brava
Loja com oficina de artesanato

O tempo de lazer é um tempo de cultura do ócio. Um museu torna-se tanto mais atractivo quanto mais funções conseguir desenvolver para satisfação das necessidades daqueles que os visitam. Necesita contudo de manter um conjunto de funções que o caracterizam como local de criação e divulgação cultural. Esse facto não obsta contudo a que cada equipamento encontre formas de especialização que reforcem a sua capacidade de atracção. Esse reforço da capacidade de atracção pode passar pela criação de bibliotecas, promoção de eventos, de lojas, de cafetarias, de arranjo do espaço interior. O espaço do museu é hoje pensado em função do conforto do visitante.

Por este variado conjunto de razões o museu tornou-se um equipamento em constante mutação. Da dinâmica de cada museu, da capacidade que cada um encontra para projectar uma constante renovação da leitura do seu espólio, se joga a capacidade de atrair públicos. Uma das mais importantes dinâmicas de atracção atribuídas ao espaço museológico é o seu efeito sobre as populações visitantes dos lugares.

Visitante dum lugar, o turista, estrangeiro ou nacional, procura no museu um local de cultura e entretenimento. Herança dos primórdios da actividade turística, em que viajar era uma busca da cultura e da sua diversidade, o museu tornou-se rapidamente uma das grandes atracções turísticas em meio urbano. As grandes cidades europeias usaram e usam os seus museus como um importante elemento de atracção. Em férias ou em lazer, como motivo de visita ou como elemento complementar dum destino turístico, um Museu continua a ser um local privilegiado de divulgação e criação cultural.

A constante revisitação destes espaços culturais continua a ser um importante factor de enriquecimento dum destino. E, à medida em que os padrões culturais dos europeus se vão desenvolvendo, novos e diversos desafios se vão constituindo na modernização da linguagem museográfica.

Em primeiro lugar, e independentemente da especificidade do espólio de cada um, o que hoje determina a qualidade dum espaço museográfico é a capacidade de usar uma linguagem que atinja os mais diversos públicos. Para que essa gramática dum museu se construa é necessário estabelecer uma hierarquia de valores em que o movimento e o acesso ao espólio se processe como uma descoberta.

Descobrir o conteúdo dum museu é a mais importante motivação para a valoração do espólio. Evidentemente que cada objecto museográfico contém um valor independente dos demais, ou seja, o valor que lhe foi atribuído no momento de escolha e que poderá ou não continuar a ser referido. Esse objecto terá sempre valor. No entanto, a inserção dum objecto num espaço ou numa sugestão de local para o qual foi pensado permite valorizar ainda mais o seu conteúdo. O adereço e o jogo dos objectos do museu tornam-se exercícios que ajudam a explicitar a memória.

Em segundo lugar, a qualidade dum espaço museográfico é também determinada pela forma de exposição, isto é, da proximidade conseguida para a leitura. Tratando-se dum objecto dum museu, portanto de algum modo sacralizado, um qualquer elemento tem que obedecer a normas de segurança e conservação que o mantenha afastado do Homem. No entanto, a envolvimento do espaço, onde se insere, a qualidade da iluminação, o ambiente com que o conservador o rodeia são técnicas que permitem uma inteligente busca da valorização da especificidade.

É esta gestão da especificidade, na busca duma relação entre o necessário afastamento dum objecto sacralizado e a necessária proximidade para a valorização da leitura da obra pelo visitante, propondo um diálogo criativo do objecto e da sua envolvimento, que faz com que as motivações de visita sejam ou não satisfeitas.

Em terceiro lugar, um museu também ganha em desenvolver acções específicas em função dos

diversos públicos que o procuram. O museu deve saber inserir-se e conhecer a comunidade que o rodeia e que o procura. O Museu é sempre um espaço privilegiado para visitas de escolas. A maioria dos museus dispõe já de serviços pedagógicos que aí constroem unidades didácticas de aprendizagem. Para o grupo de estudantes, uma visita a um museu é tanto mais produtiva quanto mais essa visita corresponder a unidades de aprendizagem dos programas escolares. Por outro lado, a gestão dum grupo escolar tem dinâmicas muito próprias, diferentes dos visitantes adultos. Outro grupo de visitantes que normalmente é valorizado numa visita a um museu são os turistas. Para estes grupos, é também vulgar um museu dispor de guia especializado ou, em alternativa, promover a sensibilização e informação específica do museu para os guias que acompanham os grupos.

Em quarto lugar, os museus ganham também em desenvolver a complementaridade com outros equipamentos sociais, sejam eles museus ou não, existentes no mesmo espaço físico. As novas linguagens museográficas tendem a aproximar as exposições dos objectos dos respectivos contextos de produção e uso. Explorar as especificidades dos objectos, remetendo as necessárias complementaridades para outros espaços, constitui uma útil linguagem museográfica que pode mobilizar e potenciar os efeitos pretendidos no âmbito da comunidade e dos visitantes.

Uma quinta questão que interessa considerar na concepção e gestão dum espaço museológico é a sua sustentabilidade como espaço cultural. Um museu é por excelência um espaço cultural. Muito embora constitua também um espaço de lazer e ócio, um museu vive e dá consistência a uma visão do mundo e dum tempo. Dessa forma, o seu espólio constitui também um pretexto para uma valorização de toda uma produção de investigação e reflexão em torno dos fenómenos que esses objectos valorizam. Não interessa tanto a existência duma colecção mais ou menos finita sobre objectos de arte, mas sobretudo é essencial, para o constante enriquecimento desse mesmo espólio, a produção cultural centrada sobre o tempo e a pretexto dos objectos expostos. Constituem-se assim amplos campos para a produção de espectáculos culturais, eventos sociais, edição ou patrocínios de investigações.

Divulgar novas abordagens do espólio, dar relevo às iniciativas desenvolvidas pelo museu, é também uma forma de divulgar a identidade desse museu, renovando incessantemente os seus conteúdos.

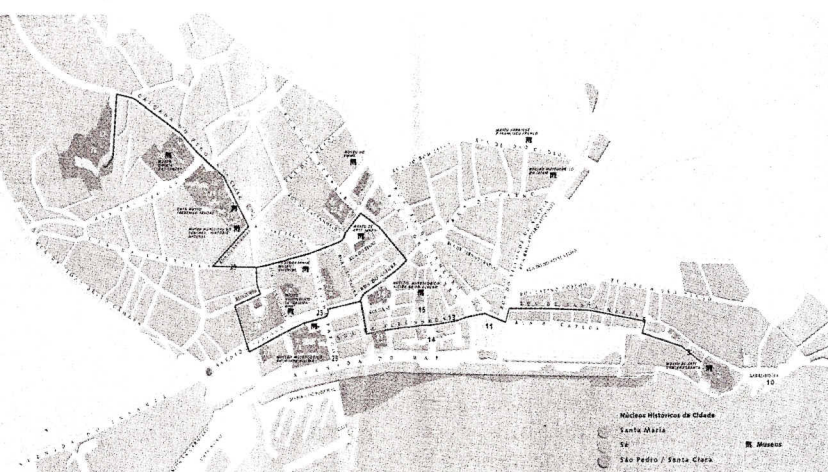
Finalmente, as modernas linguagens museográficas também privilegiam o espaço museológico enquanto espaço de conforto, de lazer e de comércio. Uma loja, uma cafetaria e espaços de contemplação constituem hoje, em qualquer espaço museológico, um importante convite à visita, ao consumo e à valorização desse espaço. Estes elementos introduzem, no âmbito da vida urbana, uma excelência de um espaço social sem rival.

Os museus da Madeira encontram-se perante estes desafios da modernidade. Espaços procurados pelos turistas, alguns deles parecem despertar lentamente, todavia, demoram algum tempo a afirmar-se como espaços de atracção aos visitantes.

A Madeira, apesar de se ter tornado um dos primeiros espaços turísticos europeus, talvez por ausência de elementos da antiguidade e de elementos notáveis da medievalidade, não registou uma actividade notável de museolização do seu património. A visita e o turismo fundamentalmente em torno da motivação do seu clima é a sua especificidade natural. Nesse primeiro tempo do turismo, apesar dos elementos pitorescos dos seus costumes e das suas gentes, a cultura da Madeira não surge valorizada como atracção para o turismo.

Se os elementos patrimoniais, como é o caso da Sé do Funchal, ou da Igreja de Machico, vão ser classificados como Monumentos Nacionais durante o período da República, os primeiros museus na Madeira irão apenas surgir no início do Estado Novo. Neste contexto acompanham a tendência, também sentida no Continente, de afirmação das especificidades regionais enquanto elementos duma dualidade existente entre o corpo e o espírito da Nação.

O Museu Municipal do Funchal, por exemplo, é instalado em 5 de Outubro de 1933, no Palácio do São Pedro, antiga residência dos condes de Carvalhal. Este primeiro Museu, de iniciativa municipal, resultou dos esforços então desenvolvidos pelo naturalista Adolfo César de Noronha, que ao longo dos anos recolheu diversos materiais que mostravam a riqueza da flora e biologia madeirense. Quando abriu, dispunha de uma colecção de exce-



Núcleo histórico do Funchal

lente qualidade no âmbito da História Natural. No entanto, a ideia de instalação dum museu no Funchal já havia sido aflorada pelo governador José Silvestre Ribeiro em meados do século XIX: Ordenara então esse governador que se procedesse à recolha e conservação de espécies botânicas, geológicas e animais em toda o arquipélago. Desse modo, a abertura deste museu resultou da iniciativa e pressão dum homem de ciência, a partir de um espólio que havia sido acumulado e enriquecido ao longo de um conjunto de anos. Decorridos cerca de 70 anos sobre essa data, o espólio deste museu, grosso modo, ainda mantém as características do tempo da sua concepção.

Em 1940, também no Funchal, abre o Museu Diocesano de Arte Sacra, recolhendo o vasto espólio das pinturas existentes no valioso património religioso da ilha. No entanto, a sua actual localização, no antigo Paço Episcopal data apenas de 1955. Esse edifício do século XVI é em 1910 ocupado pela República, aí funcionando a partir de 1913 o Liceu do Funchal. Em 1942 iniciaram-se as obras de restauro e adaptação do edifício, concluídas 12 anos mais tarde.

Em 1953, com origem na doação da colecção particular de César Gomes, constituída por mobiliário e objectos de uso doméstico, abriu ao público o Museu da Quinta das Cruzes. O espólio será enriquecido com uma colecção de pratas, doação da Fundação Gulbenkian. Localizado numa antiga residência dos governadores civis, esta Quinta constitui ainda hoje um exemplo da construção senhorial, enquadrada por jardins florescentes. Ao

longo dos anos, este equipamento também recebeu como espólio cantarias várias de casas funchalenses demolidas. A Quinta das Cruzes constitui um exemplo dum equipamento museológico que tem desenvolvido uma actividade polivalente.

A maioria dos museus actualmente existentes na Madeira, e já se aproximam duma vintena, abrem as suas portas ao público em tempos bastante mais recentes, já no período da autonomia regional. Este tardio despertar para a função conservação/valorização do património da Madeira liga-se portanto a um processo de construção e afirmação duma identidade, que a afirmação regional vem potenciar.

Numa época de aceleradas transformações económicas e sociais, de incremento dos fluxos turísticos para a ilha, a memória colectiva dos madeirenses encontra na afirmação do património e na construção dos seus museus um campo da acção cultural de elevada dinâmica.

*

Uma leitura dos equipamentos museológicos da região na perspectiva do seu uso turístico permite detectar que a grande maioria dos equipamentos se encontra localizada no Funchal. Os equipamentos mais conhecidos, melhor sinalizados e com espólio mais bem trabalhado são bastante visitados pela população turística. Muitos são de iniciativa pública, quer do Governo Regional quer dos municípios. Existe também um apreciável número de unidades ou núcleos museológicos de iniciativa privada. Algumas destas unidades, nomeadamente algumas relacionadas com a produção do vinho da Madeira, acabam por potenciar os serviços de venda directa de garrafas do precioso líquido.

Os museus mais visitados são constituídos por aqueles que há mais tempo se encontram implantados, bem como o respectivo espólio corresponde ao elemento mais tradicional do museu (artes, e história natural).

No entanto, as mais recentes experiências museológicas, como por exemplo o «Museu Etnográfico» na Ribeira Brava ou a «Casa do Açúcar» no Funchal, introduzem uma estimulante modernidade na linguagem museográfica, que se tem traduzido por excelentes resultados na atracção exercida sobre os turistas.

Por outro lado, o crescimento da diversidade da oferta tem também permitido uma interessante actividade complementar dos museus. Por exemplo, no tempo quente, a Quinta das Cruzes oferece um excelente programa de música clássica, que permite um disfrute do ambiente dos jardins e da localização deste equipamento. O factor turismo associa-se positivamente ao desenvolvimento da actividade cultural na cidade.

Com a crescente importância da economia do turismo, cada uma das vilas ou cidades tem procurado desenvolver os seus equipamentos culturais, o que por sua vez tem permitido uma maior consciencialização da especificidade local, enquanto elemento diferenciador.

O turismo e a cultura encontram neste domínio um campo de cooperação que se torna intransponível. Contudo, pressente-se que algumas unidades museológicas carecem duma intervenção que as possa potenciar, no sentido de introduzir uma nova dinâmica nas suas linguagens e rentabilizar os seus espaços. A utilização de fenómeno turístico poderá constituir um factor determinante para essa modernização. Por exemplo, a constituição duma rede de museus da Madeira, com a adopção duma marca própria, poderá introduzir um factor de diferenciação na evolução da museologia atlântica.

A cultura contemporânea é uma cultura cosmopolita que rompeu com as tradicionais fronteiras geográficas. Contudo a globalização cultural, que desde há muito se sente nas suas mais diversas manifestações, é uma viagem com um duplo sentido. Num sentido duma maior aproximação a uma linguagem universal, mas também um maior espaço para desenvolvimento das especificidades regionais.

Constituindo o produto Madeira um produto turístico bem identificado no mercado global, a abordagem da cultura e da história atlântica, como objecto de concepção museológica, poderá introduzir o turismo da Madeira nas rotas da Modernidade, salvaguardando as suas especificidades e mobilizando interessantes segmentos do mercado turístico. O desenvolvimento das parcerias com as outras ilhas, nomeadamente as da Macaronésia, fenómeno de resto já existente ao nível das elites culturais e científicas, por exemplo, pode potenciar um mercado em crescimento.

Se a ideia de ilha é uma ideia poderosa que lança desafios fundamentais na sustentabilidade das modernas sociedades e economias, também a ideia de romper com a fronteira física não deixa de constituir um interessante desafio para uma cultura alicerçada numa identidade específica e que tem constituído a sua principal mais-valia. Quanto mais a Madeira souber proteger, conservar e divulgar o seu rico acervo patrimonial e cultural, tanto mais vantagens recolherá.

E a especificidade da Madeira é esse mundo Atlântico, construído por homens e mulheres vindos de fora, que sobre uma terra pedregosa venceram a adversidade dos elementos, tomaram essa terra como sua e aí construíram as suas casas e criaram os seus filhos e que foram às sete partidas do mundo, legando um espírito e uma sensibilidade que torna consistente como uma forma específica de estar no mundo e de dialogar com a modernidade.

BIBLIOGRAFIA

- ARAGÃO, António (1981) – *A Madeira vista por estrangeiros* – 1455 – 1700, DRA Culturais, 420 p. il.
- ARAGÃO, António (1987) – *Para a história do Funchal* (2ª edição revista e aumentada), Funchal, DRAC.
- CARDOSO, Agostinho (1964) – *A Madeira e o Turismo Nacional*, Funchal, s/e
- Câmara Municipal do Funchal (1997) – *Funchal: Guia Histórico Turístico*, Funchal, CMF.
- CLODE, Francisco (1998) – *Memória e Arte, Monografias 7*, Região Autónoma da Madeira, 64 p.
- CLODE, Luísa e PEREIRA, F. A. Batista (1997) – *Museu de Arte Sacra do Funchal – Arte Flamenga*, Lisboa, EDICARTE.
- COLDE, Luísa Helena (1989) – *Madeira*, Lisboa, Ed. Presença, Novo Roteiro de Portugal.
- FRUTUOSO, Doutor Gaspar (1995) – *Livro Segundo das Saudades da Terra* (2ª edição), Ponta Delgada, s/e. Funchal
- GONÇALVES, A. & NUNES, R. (1990) – *Ilhas de Zarco* – Adenda.
- MICHELIN (1997) – *Guia Michelin – Portugal, Madeira e Açores*, Michelin, Lisboa, Companhia Luso-Pneu.
- MICHELIN (1999) – *Guia Michelin – Portugal – Hotéis*

- Restaurantes* – 1999, Michelin, Lisboa, companhia Luso-Pneu.
- MICHELIN (1998) – *Guia Michelin – Spain – Balearic and Canary Islands*, Clermont-Ferrand, Michelin e Cie.
- PACHECO, Helder (1991) – *Madeira Paisagens e Memória ao Sabor do Mar*, Sec. Regional de Turismo.
- PENA, António e CABRAL, José (1997) – *Roteiros da Natureza – Madeira*, Lisboa, Temas e Debates.
- PEREIRA, E. (1989) – *Ilhas de Zarco*, vols. 1 e 2.
- RAIMUNDO, Quintal (1985) – *Ilha da Madeira – Esboço de Geografia Física*, Funchal DRAC.
- RELVAS, Rui (1997) – *Museu da Electricidade – Casa da Luz*, Funchal, Museus da Electricidade.
- SILBERT, Albert (1997) – *Uma encruzilhada no Atlântico – Madeira (1640-1820)*, Funchal, Direcção Geral dos Assuntos Culturais.
- SILVA, Iolanda (1985) – *A Madeira e o Turismo – Pequeno Esboço Histórico*, Funchal, DRAC.
- SILVA, Padre Fernando Augusto de Menezes, AZEVEDO, Carlos (1998) – *Elucidário Madeirense*, Funchal, DRAC.
- SIMÕES, Coronel Álvaro de Almeida (1983) – *Transportes na Madeira*, Funchal, Governo Regional da Madeira, 45 p.
- SOUSA, João José Abreu de Sousa (1991) – *O Convento de Santa Clara do Funchal*, Funchal, SRTCE
- SOUSA, João José Abreu de Sousa (1994) – *História Rural da Madeira: A Colónia*, Funchal, DRAC
- VIEIRA, Alberto e CLODE, Francisco (1996) – *A rota do Açúcar na Madeira*, Funchal, ARAP.
- VIEIRA, Alberto (1998) – *O Açúcar*, Monografias 3, Região Autónoma da Madeira, 64 p.
- VIEIRA, Alberto (1995) – *Guia para a História e Investigação das Ilhas Atlânticas*, Região Autónoma da Madeira, 414 p.
- VIEIRA, Alberto, coord. (1996) – *Escravos com e sem Açúcar*, Actas do Seminário Internacional (17-21 Junho 1996), Funchal, CEHA/DRAC.